

Luma Beauty Studio

Ανάλυση συνομιλιών και μετατροπών

Instagram, WhatsApp και Messenger | Σεπτέμβριος 2026

Όλες οι επιχειρήσεις, τα μηνύματα και τα αριθμητικά στοιχεία αυτής της αναφοράς είναι επινοημένα για την παρουσίαση της μορφής της. Δεν πρόκειται για μελέτη περίπτωσης πελάτη ούτε για τεκμήριο αποτελεσμάτων της Entagl.

Σε αυτόν τον φανταστικό μήνα, η Luma έλαβε 480 συνομιλίες. Ενδιαφέρον για κράτηση εμφανίστηκε σε 156, ενώ 48 περιείχαν διατυπώσεις επιβεβαίωσης ραντεβού. Άλλες 74 δεν είχαν απάντηση από την επιχείρηση στο δείγμα. Η πιο σαφής ευκαιρία είναι να βοηθηθούν οι ενδιαφερόμενοι πελάτες να επιλέξουν το επόμενο βήμα: να απαντηθεί η ερώτησή τους, να προταθεί μια πραγματικά διαθέσιμη ώρα και να γίνει σαφής η μεταβίβαση της εξυπηρέτησης.

480

Συνομιλίες στο δείγμα

156

Με ενδείξεις
ενδιαφέροντος για
κράτηση

48

Με διατυπώσεις
επιβεβαίωσης

74

Χωρίς απάντηση από την
επιχείρηση

Κύρια ευρήματα

- Το ενδιαφέρον δεν οδηγεί πάντα σε σαφές επόμενο βήμα. Από τις 156 συνομιλίες με ενδιαφέρον για κράτηση, οι 108 δεν περιέχουν διατυπώσεις επιβεβαίωσης στα διαθέσιμα μηνύματα.
- Το WhatsApp έχει υψηλότερο ποσοστό επιβεβαιώσεων σε αυτό το παράδειγμα. Όσοι επικοινωνούν μέσω αυτού ίσως είναι ήδη πιο αποφασισμένοι. Αυτό δεν αποδεικνύει ότι το κανάλι ή αυτός που απάντησε προκάλεσε τη διαφορά.
- Η κάλυψη των απαντήσεων είναι ένα πρακτικό σημείο εκκίνησης. Ορίστε υπεύθυνο για κάθε εισερχόμενη συνομιλία και ελέγξτε για αναπάντητες ερωτήσεις πριν αυξήσετε τις δαπάνες προσέλκυσης πελατών.

Τι σημαίνουν αυτοί οι αριθμοί

Η επιβεβαίωση σε ένα μήνυμα δεν αποτελεί επαληθευμένη κράτηση, πραγματοποιημένο ραντεβού ή πληρωμή. Το δείγμα δεν περιλαμβάνει αρχεία ημερολογίου, πληρωμών ή παρουσιών.

Από πού προέρχονται οι συνομιλίες

Η ανάλυση ανά κανάλι δείχνει πού χρειάζεται διερεύνηση. Δεν προσδιορίζει την καλύτερη διαφημιστική καμπάνια ούτε αποδεικνύει ποιο κανάλι δημιουργεί περισσότερα έσοδα.

Αυτό το παράδειγμα συνδυάζει τρία φανταστικά κανάλια. Η αναφορά σου καλύπτει μόνο τον λογαριασμό και το διαθέσιμο ιστορικό που εξουσιοδοτείς.

Κανάλι	Συνομιλίες	Απάντησε η επιχείρηση	Ενδιαφέρον για κράτηση	Διατυπώσεις επιβεβαίωσης	Χωρίς απάντηση από την επιχείρηση
Instagram	360	302	112	28	58
WhatsApp	80	72	32	16	8
Messenger	40	32	12	4	8
Σύνολο	480	406	156	48	74

Κάθε συνομιλία μετράται μία φορά ανά κανάλι. Οι κατηγορίες με απάντηση και χωρίς απάντηση είναι αμοιβαία αποκλειόμενες. Το ενδιαφέρον και η επιβεβαίωση είναι ενδείξεις που μπορεί να συνυπάρχουν στις ίδιες συνομιλίες, όχι επιπλέον συνομιλίες.

Ξεκινήστε από τα εισερχόμενα του Instagram

Το Instagram αντιστοιχεί σε 360 από τις 480 συνομιλίες και σε 58 από τις 74 χωρίς απάντηση από την επιχείρηση. Ένας καθημερινός έλεγχος αυτών των εισερχομένων θα κάλυπτε τη μεγαλύτερη ομάδα αναπάντητων συνομιλιών στο δείγμα.

Ένα άτομο μπορεί να χρησιμοποιεί περισσότερα από ένα κανάλια. Αυτά τα σύνολα περιγράφουν συνομιλίες, όχι μοναδικούς πελάτες. Εδώ δεν υπάρχουν στοιχεία προέλευσης ανά διαφήμιση. Η έλλειψη διαφημιστικών δεδομένων δεν χαρακτηρίζεται ως οργανική επισκεψιμότητα.

Πώς αποδίδουν οι απαντήσεις σας

Ο φανταστικός ιδιοκτήτης περιγράφει εξυπηρέτηση από μέλη της ομάδας και ένα chatbot. Το δείγμα δεν προσδιορίζει αξιόπιστα ποιος έγραψε κάθε μήνυμα. Επομένως, τα στοιχεία περιγράφουν τη συνολική διαχείριση των εισερχομένων τους.

35 λεπτά

Διάμεσος χρόνος πρώτης απάντησης

406 από 480

Συνομιλίες που έλαβαν απάντηση

Χρόνος πρώτης απάντησης	Συνομιλίες
Κάτω από 15 λεπτά	166
15 λεπτά έως 1 ώρα	140
1 έως 4 ώρες	70
Πάνω από 4 ώρες	30

Ο χρόνος απάντησης είναι το διάστημα από το πρώτο μήνυμα του πελάτη έως την πρώτη απάντηση της επιχείρησης, στις 406 συνομιλίες με διαθέσιμες και τις δύο χρονικές σημάνσεις. Περιλαμβάνει βράδια και Σαββατοκύριακα. Οι αναπάντητες συνομιλίες εξαιρούνται από τη διάμεσο και δεν υπολογίζονται ως άμεσες απαντήσεις.

Διαχωρίστε την ταχύτητα από την ποιότητα

Μια γρήγορη απάντηση μπορεί και πάλι να αφήσει τον πελάτη χωρίς διέξοδο. Ελέγξτε αν απάντησε στην ερώτηση, πρότεινε χρήσιμο επόμενο βήμα και έκανε σαφή τυχόν μεταβίβαση σε άνθρωπο. Μην κατατάσσετε εργαζομένους, συνεργαζόμενες εταιρείες ή bots χωρίς αξιόπιστη ταυτοποίηση του συντάκτη κάθε απάντησης.

Αυτά τα στοιχεία χρόνου απάντησης είναι φανταστικά. Σε έναν πραγματικό έλεγχο, οι καθυστερήσεις υπολογίζονται από τις διαθέσιμες χρονικές σημάνσεις. Μια καθυστέρηση από μόνη της δεν αποδεικνύει ότι χάθηκε μια πώληση.

Πού σταματά η εξέλιξη του ενδιαφέροντος

Οι 108 συνομιλίες με ενδιαφέρον αλλά χωρίς επιβεβαίωση ομαδοποιούνται παρακάτω. Πρόκειται για πιθανές ευκαιρίες επανεπικοινωνίας ή βελτίωσης διαδικασιών, όχι για 108 χαμένους πελάτες.

Μοτίβο στη συνομιλία	Πλήθος
Ζήτησε ώρα, αλλά δεν επιβεβαιώθηκε διαθέσιμο ραντεβού	46
Συζήτησε την τιμή, αλλά δεν επιβεβαίωσε	32
Είπε ότι θα επανέλθει αργότερα	18
Ζήτησε ώρα εκτός του προσφερόμενου ωραρίου	12

Οι ομάδες είναι αμοιβαία αποκλειόμενες σε αυτό το φανταστικό δείγμα. Αν ισχύουν περισσότερα από ένα μοτίβα, χρησιμοποιείται η πρώτη αντίστοιχη γραμμή παραπάνω. Και οι 108 ανήκουν στην ομάδα ενδιαφέροντος για κράτηση και καμία δεν περιέχει διατυπώσεις επιβεβαίωσης.

Φανταστική συνομιλία S-014

Πελάτης: «Έχετε διαθέσιμα ραντεβού αυτό το Σάββατο;»

Επιχείρηση: «Ναι, είμαστε ανοιχτά από τις 9 έως τις 6.»

Η απάντηση δίνει το ωράριο λειτουργίας, αλλά ο πελάτης πρέπει να ρωτήσει ξανά για να επιλέξει ραντεβού. Προτείνετε συγκεκριμένες ώρες μόνο αφού ελέγξετε την πραγματική διαθεσιμότητα.

Η απουσία επιβεβαίωσης στα διαθέσιμα μηνύματα δεν σημαίνει ότι δεν έγινε κράτηση. Ο πελάτης μπορεί να τηλεφώνησε, να επισκέφθηκε την επιχείρηση, να έκλεισε αλλού ή να απάντησε μετά το τέλος του δείγματος.

Για τι ρωτούν οι πελάτες

Τα θέματα ομαδοποιούνται με βάση την πρώτη υπηρεσία που αναφέρεται. Αυτό σας βοηθά να αποφασίσετε ποιες απαντήσεις και ποια βήματα κράτησης να βελτιώσετε πρώτα.

Πρώτη υπηρεσία που αναφέρεται	Συνομιλίες	Ενδιαφέρον για κράτηση	Διατυπώσεις επιβεβαίωσης
Κουρέματα	160	52	18
Βαφή μαλλιών	140	52	16
Χτενίσματα για εκδηλώσεις	80	24	6
Πακέτα υπηρεσιών	60	16	6
Άλλη υπηρεσία ή δεν αναφέρεται	40	12	2

Τα κουρέματα και η βαφή μαλλιών αντιστοιχούν σε 300 συνομιλίες, από τις οποίες 104 δείχνουν ενδιαφέρον για κράτηση. Ξεκινήστε από εδώ την αξιολόγηση των απαντήσεών σας, καθώς αυτές οι υπηρεσίες αποτελούν το μεγαλύτερο μερίδιο της ζήτησης στο δείγμα.

Γλώσσα του πρώτου μηνύματος του πελάτη

Γλώσσα	Συνομιλίες
Αγγλικά	240
Τουρκικά	168
Αραβικά	72

Οι καταμετρήσεις βασίζονται στο πρώτο αναγνώσιμο μήνυμα του πελάτη, ώστε κάθε συνομιλία να εμφανίζεται μία φορά. Αυτό δεν σημαίνει ότι όλα τα επόμενα μηνύματα ήταν στην ίδια γλώσσα. Περιπτώσεις με άγνωστη γλώσσα ή με συνδυασμό γλωσσών θα εμφανίζονταν χωριστά, εφόσον υπήρχαν.

Απαντήσεις που μπορεί να χρησιμοποιήσει η ομάδα σας

Αυτά τα παραδείγματα δείχνουν ένα σαφέστερο επόμενο βήμα. Προσαρμόστε τα στις τιμές, τη διαθεσιμότητα, τις προτιμήσεις των πελατών και τους κανόνες του καναλιού επικοινωνίας σας. Τίποτα δεν αποστέλλεται αυτόματα.

Όταν κάποιος ζητά ραντεβού

Πριν: «Είμαστε ανοιχτά από τις 9 έως τις 6.»

Δοκιμάστε: «Έχουμε διαθεσιμότητα στις 10:30 ή στις 14:00 αυτό το Σάββατο. Σας εξυπηρετεί κάποια από αυτές τις ώρες;»

Γιατί: μετατρέπει το ωράριο λειτουργίας σε επιλογή. Χρησιμοποιήστε αυτές τις ώρες μόνο αν είναι πράγματι διαθέσιμες.

Όταν η τιμή προβληματίζει

Πριν: «Αυτή είναι η τιμή μας.»

Δοκιμάστε: «Η τιμή περιλαμβάνει τη συμβουλευτική, την υπηρεσία και το τελικό φινιρίσμα. Ποιο μέρος θα θέλατε να σας εξηγήσω;»

Γιατί: αποσαφηνίζει την αξία χωρίς να επινοεί έκπτωση. Περιγράψτε μόνο όσα περιλαμβάνει πραγματικά η υπηρεσία σας.

Όταν κάποιος λέει «αργότερα»

Πριν: «Εντάξει, ενημερώστε μας.»

Δοκιμάστε: «Βεβαίως. Θα θέλατε να επικοινωνήσουμε ξανά μαζί σας τον επόμενο μήνα ή προτιμάτε να μας στείλετε εσείς όταν είστε έτοιμοι;»

Γιατί: ζητά την προτίμηση του πελάτη αντί να θεωρεί δεδομένη την άδεια για περισσότερα μηνύματα. Κάθε μεταγενέστερη επικοινωνία εξακολουθεί να απαιτεί την κατάλληλη άδεια και πρέπει να ακολουθεί τους κανόνες του καναλιού επικοινωνίας.

Οι επόμενες 30 ημέρες σας

Ορίστε έναν υπεύθυνο και έναν δείκτη μέτρησης για κάθε αλλαγή. Συγκρίνετε παρόμοια δείγματα συνομιλιών πριν και μετά την αλλαγή, αντί να κρίνετε την επιτυχία μόνο από τον όγκο των μηνυμάτων.

Εβδομάδα 1

Ορίστε έναν υπεύθυνο εισερχόμενων μηνυμάτων και ελέγχετε καθημερινά τα αναπάντητα μηνύματα.

Υπεύθυνος: Επικεφαλής ομάδας

Δείκτης μέτρησης: Ποσοστό συνομιλιών με απάντηση από την επιχείρηση.

Εβδομάδα 2

Ενημερώστε τις βασικές απαντήσεις για τις υπηρεσίες και ελέγχετε τη διαθεσιμότητα πριν προτείνετε ώρες.

Υπεύθυνος: Ομάδα υποδοχής / υπεύθυνος chatbot

Δείκτης μέτρησης: Ποσοστό συνομιλιών με ενδιαφέρον για κράτηση στις οποίες προτάθηκε σαφές επόμενο βήμα.

Εβδομάδα 3

Εξετάστε τις μεταβιβάσεις συνομιλιών που αφορούν το συνεργαζόμενο γραφείο και το chatbot, με αξιόπιστες ετικέτες ταυτοποίησης όσων απαντούν.

Υπεύθυνος: Ιδιοκτήτης επιχείρησης / συνεργαζόμενο γραφείο

Δείκτης μέτρησης: Επιβεβαίωση παραλαβής της μεταβίβασης και αναπάντητες επακόλουθες ερωτήσεις.

Εβδομάδα 4

Καταγράφετε τις παρουσίες στα ραντεβού, τις ακυρώσεις και τις πληρωμές στο κατάλληλο σύστημα της επιχείρησης.

Υπεύθυνος: Υπεύθυνος λειτουργίας

Δείκτης μέτρησης: Κάλυψη επαληθευμένων αποτελεσμάτων που συνδέονται με συνομιλίες.

Ξεκινήστε ορίζοντας ποιος είναι υπεύθυνος για τις απαντήσεις και προσφέροντας σαφέστερες επιλογές κράτησης. Αξιολογήστε τα αποτελέσματα πριν προσθέσετε περισσότερους αυτοματισμούς ή αλλάξετε τους διαφημιστικούς προϋπολογισμούς.

Δυνητική αξία, με σαφή όρια

Παράδειγμα ανάλυσης ευαισθησίας, όχι πρόβλεψη: αν το 5% ή το 10% των 108 συνομιλιών με ενδιαφέρον που παρέμεινε σε εκκρεμότητα περιείχε αργότερα διατυπώσεις επιβεβαίωσης, αυτό θα αντιστοιχούσε σε περίπου 5 ή 11 επιπλέον επιβεβαιώσεις. Αυτά τα υποθετικά ποσοστά δεν είναι παρατηρημένα ποσοστά μετατροπής.

Υποθετικό ποσοστό	Επιπλέον επιβεβαιώσεις κατά προσέγγιση
5%	5
10%	11

Μια επιβεβαίωση εξακολουθεί να μην τεκμηριώνει προσέλευση ή έσοδα. Αυτό το δείγμα δεν αποδίδει χρηματική αξία και δεν ισχυρίζεται ότι οποιαδήποτε μεμονωμένη αλλαγή θα επιφέρει αυτά τα αποτελέσματα.

Στοιχεία και περιορισμοί

- Ολόκληρη αυτή η έκθεση είναι φανταστική, συμπεριλαμβανομένων της επιχείρησης, των αποσπασμάτων συνομιλιών, των χρόνων απόκρισης και των στατιστικών. Δεν χρησιμοποιήθηκαν πραγματικά μηνύματα πελατών.
- Σε έναν πραγματικό έλεγχο, η έκθεση αναφέρει τα μηνύματα, το χρονικό διάστημα και τα κανάλια που ήταν πράγματι διαθέσιμα. Οι περιορισμοί εισαγωγής δεδομένων και το ελλιπές ιστορικό μπορούν να αλλάξουν τα ευρήματα.
- Οι ενδείξεις συνάγονται από το κείμενο και ελέγχονται με βάση τις παραπομπές στα μηνύματα. Δεν αποτελούν απόδειξη δυνητικών πελατών που πληρούν τα κριτήρια, πληρωμένων παραγγελιών, πραγματοποιημένων ραντεβού ή εσόδων.
- Οι κλήσεις, οι επισκέψεις και οι πληρωμές εκτός πλατφόρμας δεν είναι ορατές, εκτός αν περιλαμβάνονται αξιόπιστα εξωτερικά αρχεία αποτελεσμάτων και επισημαίνονται ξεχωριστά.
- Οι συγκρίσεις μεταξύ καναλιών βασίζονται σε παρατήρηση. Η ταυτότητα του ατόμου που απαντά, η απόδοση σε συγκεκριμένη καμπάνια και η ταυτότητα του πελάτη παραμένουν άγνωστες όταν δεν τεκμηριώνονται από την πηγή.

Τι θα μπορούσαν να σας αποκαλύψουν οι συνομιλίες σας;

Δημιουργήστε τον δικό σας δωρεάν έλεγχο για να δείτε ευρήματα και πρακτικά επόμενα βήματα με βάση τις διαθέσιμες συνομιλίες της επιχείρησής σας.

[Ξεκινήστε τον δωρεάν έλεγχο σας entagl.com/free-dm-analysis](https://entagl.com/free-dm-analysis)